Para el socialismo del siglo XXI

Medios de comunicación: formas, contenidos y dominación

Miguel Guaglianone

Martes 21 de octubre de 2008, puesto en línea por Barómetro Internacional, Miguel Guaglianone

Estamos inmersos hasta el cuello en un proceso que se ha dado en llamar la "guerra de cuarta generación". Este proceso parte de la hegemonía actual de los medios de comunicación masiva, y el enfrentamiento que todos aquellos que intentamos lograr un mundo mejor, mantenemos con esa situación, intentando generar una respuesta. Los medios han formado una red integrada que cubre toda la Tierra, distribuida a través de un sistema de telecomunicaciones global y que es manejada en forma coordinada por seis o siete cadenas internacionales, que elaboran y proporcionan toda la comunicación masiva que se disemina a través del orbe.

Y como veremos, los medios no sólo proporcionan al mundo su versión propia de la información, sino que también son en el más importante elemento de dominación contemporáneo, al alienar a los receptores (nosotros) a una cosmovisión (Weltanschauung, al decir de los filósofos alemanes) impuesta desde los países del Norte. El propio concepto de "información" es parte de esa alienación, al basarse en el paradigma impuesto de que vivimos o vamos hacia una "sociedad de la información", elemento esencial para la organización global, que es inevitable y que constituye el mejor de los mundos posible.

Desde el momento en que la especie humana descubrió una forma distinta de agruparse, la civilización, que se constituyó en un sistema diferente al de la organización tribal y permitió la concentración de grandes conglomerados humanos y el aprovechamiento de su capacidad de producción (no sólo en el aspecto material, sino fundamentalmente en el aspecto cultural); aparecieron conjuntamente nuevas formas de distribución del poder para permitir el funcionamiento grupal de esos grandes contingentes de población.

En las veinticuatro civilizaciones conocidas (según Arnold Toynbee) ha estado presente esa redistribución del poder, que puede sintetizarse de esta manera: existe una minoría dominante que acapara y administra el poder individual y colectivo de toda la población y lo utiliza según sus concepciones y sus intereses. Los dos modos fundamentales en que esta minoría logra controlar y mantener el poder son el terror y la persuasión (a través de la difusión de una ideología o de una propuesta espiritual, al decir de Toynbee) .

Vivimos hoy en una época en la cual el terror no es el factor principal (aunque no deje de estar presente) de la dominación. El factor principal de control es la persuasión, la herramienta para mantener la hegemonía. En nuestra contemporaneidad, este factor tomó nueva forma e importancia, sobre todo después de la segunda guerra mundial . Se ha convertido en el mecanismo más eficaz manejado por la minoría dominante, para controlar y dirigir a las grandes masas de personas que habitan el mundo. Los medios de comunicación y su tecnología son hoy las herramientas concretas para lograrlo.

Facetas de la dominación a través de los medios

En un trabajo anterior estudiando los modos y maneras en que los medios condicionan el pensar y el vivir de las gentes, establecimos algunas categorías de referencia. Descubrimos que las propuestas impuestas por el sistema de medios de comunicación globalizado difunden y condicionan (alienan) a sus receptores en diferentes formas y a distintos niveles. En resumen:

1) Estimulan y colaboran en formar una mentalidad de consumo. Esta condición empezó a ser sistemática

a partir de los años 50 del siglo pasado (Vance Packard fue uno de los primeros en analizar y denunciar el fenómeno). A través de la publicidad, y aún más allá de ella, los medios han comunicado no sólo las propuestas de consumo explícitas, sino que comenzaron a manejar la emocionalidad de los receptores (ahora consumidores) para vender más, pero también para imponer el "american way of life" de los EE.UU. que se había convertido en la cabeza del sistema de dominación imperial del planeta.

2) Determinan posiciones políticas e institucionales. No sólo operaron en ese aspecto, sino que a partir de la propaganda de guerra, desarrollaron la implantación de posiciones políticas y comenzaron a propagar la vigencia hegemónica de las instituciones sociales y políticas del centro del Imperio, convirtiéndola en ideales a establecer en todo el planeta.

3) Proponen y generan valores y patrones de conducta. Por repetición sistemática, por hábito, valores y patrones de conducta propuestos por los medios, van alterando el sistema de creencias (asociado a nuestro cerebro básico, o cerebro R) de los receptores (nosotros), condicionándolo hacia las propuestas que nos están formulando, hasta que ellos se convierten en lo "natural". Una manera de percibir esta imposición de patrones y valores, es estudiar en sus mensajes cotidianos los supuestos éticos o estéticos implícitos en ellos.

4) Generan una nueva cotidianeidad de vida. Los cambios que nos imponen los medios se van reflejando en la variación de lo cotidiano de la vida de las gentes. El "modo de vida" que proponen constantemente (a partir de un sistema que es ya una forma de educación continua) se va haciendo carne en grupos humanos cuya forma de vida autóctona es ajena a esas propuestas, y genera el fenómeno de simulacro de vida que se va convirtiendo en usual en esos grupos.

5) Crean la Realidad Virtual. Todas estas facetas útiles para intentar profundizar en el análisis, en realidad se presentan simultáneamente, dentro de un proceso holístico y complejo donde sus acciones e interacciones van cambiando y generando en cada momento las propias características del proceso. La generación y difusión de esa realidad virtual va más allá de lo percibido en la creación de un escenario televisivo para el bombardeo de Bagdad en la primera guerra del Golfo, o de la invasión a Somalia sincronizada en el tiempo para las cámaras de CNN, o en el caso de nuestro país, la creación cinematográfica (por lo preparada) de los sucesos de Puente Llaguno. En definitiva esa realidad virtual nos impone una cosmovisión, una forma de ser y estar en el mundo que nos es ajena y que establece y refuerza la dominación. Su objetivo principal es generar la mejor forma de control, lograr que los dominados piensen y vean el mundo con los ojos de los dominadores.

Formas y contenidos

El propósito fundamental de estos trabajos es colaborar en desentrañar la acción de los medios, para poder generar una respuesta efectiva (entender como es y como piensa el enemigo, según el Sum Tzu, el milenario tratado chino sobre la guerra). Solo podremos combatir realmente en esta guerra de cuarta generación (en la cual contamos con el handicap en contra de no disponer del poder y los recursos millonarios del adversario) si somos capaces de generar una alternativa propia, nuestra y diferente, capaz de enfrentar la hegemonía.

Pero la acción de los medios es tan alienante, que sus supuestos están dentro de nosotros mismos. Aún aquellos que desde hace muchos años hemos resistido y enfrentado la dominación, hemos estado expuestos (nos hemos formado bajo) al poder de los medios. Generalmente intentamos enfrentarlo usando los mismos criterios que nos han impuesto.

Donde mejor se puede percibir este fenómeno, es en la confusión presente entre formas y contenidos que (con honrosas excepciones) podemos ver en los intentos que estamos realizando por crear una comunicación alternativa y contestataria.

La división entre forma y contenido de los procesos viene directamente del pensamiento positivista y racionalista europeo, y ha sido uno de los paradigmas sostenidos por la actual hegemonía del Norte. Es parte de la discusión que comenzara a concretarse a partir de las respuestas del pensamiento

revolucionario del siglo XIX, que incluye entre otras facetas las relaciones entre los medios y los fines,

En lo que respecta a los medios, ya a fines de la década de los 60, Marshall Mc Luhan mostró, en un pequeño pero fundamental libro , apoyado por la fuerza de las imágenes (manejadas magistralmente por Quentin Fiore), como los propios medios eran el mensaje. Ya estaba claro de que los medios eran algo más que un vehículo para transmitir contenido, ellos mismos (su propio formato) eran parte del mensaje comunicado.

Por eso, cuando creemos que nuestra labor como comunicadores contestatarios consiste meramente en sustituir contenidos, empleando los mismos formatos existentes, estamos sin percibirlo, repitiendo los mecanismos de alienación y dominación que nos han impuesto.

En general, y en el caso particular de los medios, forma y contenido son parte del mismo mensaje, son un sistema integral de comunicación. Los formatos están absolutamente determinados por la intención del mensaje y constituyen una parte fundamental de él.

El noticiero de TV

La mejor forma de mostrar (mostrarnos) como esto es así, es realizar el análisis de los formatos utilizados por los medios y percibir que se oculta detrás de ellos. El espacio necesario para hacerlo con todos los formatos y con la profundidad necesaria, excede con mucho la extensión de este trabajo. Limitémonos entonces a realizar una investigación somera de uno de esos formatos, como ejemplo de lo que queremos decir.

Por supuesto que consideraremos la televisión. Este es hoy el medio de mayor penetración y de mayor influencia. Sólo en los Estados Unidos, el 15% de la población lee libros, el 20% lee periódicos, y casi el 70% de la población utiliza la televisión como único medio de “informarse, entretenerse y educarse” . En nuestros países periféricos, donde el analfabetismo es mayor, los porcentajes deben ser aún más intimidantes. De ella vamos a considerar el formato del noticiero, intentando un análisis que desentrañe su estructura .

Supongamos que venimos del espacio exterior, conocemos a los seres humanos, pero sabemos poco de su cultura. Queremos estudiarla investigando sus telecomunicaciones. Escaneamos sus transmisiones de televisión. Constatamos que la mayor parte de las señales, transmiten sistemática y periódicamente un espacio de duración limitada (entre media y una hora) de formato repetitivo.

En este formato asombra el mantenimiento de patrones muy similares. En general el espacio comienza con una presentación donde se despliegan todos los medios tecnológicos de generación de imágenes (caracteres e ideogramas en volumen, en movimiento, en transformación) acompañados por sonidos armónicos de gran similitud.

Inmediatamente aparecen en escena unos extraños personajes. Parecen ser seres humanos, pero sólo aparecen unos medios cuerpos. Estos medios cuerpos pueden ser uno o dos (nunca más). También puede variar el género, la hembra o el macho de la especie humana, o en caso de ser dos, las combinaciones posibles. Estos “bustos parlantes” miran la cámara fijamente, alternando sus miradas con papeles, o con un computador portátil que tienen debajo. Los planos de cámara son notoriamente los mismos, planos medios dónde nunca aparece un primer plano, pocas veces se realiza un zoom y si existe algún plano abierto es al principio o al final de su discurso. Extrañamente, no importa de dónde provenga la transmisión, la vestimenta de estos seres es muy similar (incluidos los maquillajes de las hembras). El escenario en que se encuentran es curiosamente repetitivo en su distribución espacial. Sets cerrados, con paredes decoradas de estética muy análoga, o con muchas pantallas que transmiten diferentes imágenes. En algunos casos aparecen de fondo otros medios cuerpos, como si se encontraran en una sala con múltiples escritorios con computadores.

El discurso de estos medios cuerpos (que nunca va acompañado de sonidos de apoyo) se alterna a lo largo del espacio con la transmisión a pantalla completa de imágenes descriptivas de lo que parecen ser

acontecimientos diversos. En algunos casos aparece (a partir de la segunda mitad del espacio o cerca del final) un nuevo protagonista. Puede ser otro medio cuerpo, o sorpresivamente a veces aparece por primera vez un ser humano completo de pie, también tomado a plano fijo.

El espacio se cierra con nuevas proezas en generación de imágenes o en algunos casos con planos medios abiertos, y nuevamente acompañados con sonidos y caracteres móviles o fijos que se insertan en la imagen.

Esta breve descripción estructural, nos permite ahora, siendo seres humanos que vivimos en el mundo, realizar algunas apreciaciones. En primer término, el noticiero de TV es un escenario, un "teatro de la objetividad noticiosa". Como toda representación exige de la creación de un guión, una puesta en escena, una actuación y una dirección. Es una representación que está basada en la credibilidad que el receptor tenga del mensaje que transmite. Esto explica los medios cuerpos y la mirada fija en la cámara. Se trata de generar, simulando una conversación, confianza y credibilidad en el espectador. Así tenemos la sensación que están conversando con nosotros. Quien me habla me mira casi constantemente, apenas baja su mirada hacia los papeles en la mesa o hacia su laptop. Aún ese desvío de mirada (que técnicamente no sería necesario, ya que existe el telepromter), me dice que no me endilga un discurso aprendido de memoria, sino que sabe de lo que me habla pero que a veces necesita una guía para su discurso. Es un "interlocutor cercano a mí", de allí los planos constantes. Es muy serio, con voz muy trabajada (es un profesional del manejo de la voz), establece un discurso sin emocionalidad (mantiene un tono de voz constante), que me dice de su "objetividad".

¿Para qué es necesario todo esto? Para que quien recibe el mensaje no ponga en duda la "realidad de la información". La representación simula que una elección intencionada y arbitraria de eventos, así como su forma de presentación, que tienen una alta carga de subjetividad o intencionalidad, es una "realidad objetiva" de la cual el medio sólo es un vehículo para llevarla a nuestros hogares.

Pero llega aún más allá, el análisis semiótico que tomamos como referencia concluye diciendo que sería bueno que el formato mostrara al espectador también la forma como se elabora, el proceso de trabajo de quienes crean el noticiero. Pero en el mundo en que vivimos, dónde la comunicación masiva tiene sus intenciones e intereses, eso no será nunca así. Si nos mostraran como se elabora el noticiero, quedaría a la vista cuánto éste tiene de creación con objetivos propios, y haría transparente que no es una "ventana al mundo", sino una visión parcializada de sus productores.

Algo de historia

El formato actual del noticiero de TV nace a fines de los años cincuenta en los EE.UU. Las transmisiones de la BBC de Londres, que fueron pioneras, mantenían un formato diferente, que era el de los noticieros cinematográficos creados a fines de la década de los veinte (que también sería interesante estudiar). No fue una casualidad la estructuración de este nuevo formato, respondía al cambio de centro hegemónico dentro del cual se gestaba. La cultura norteamericana generó un formato para la comunicación muy asociado al show y a la teatralidad que venían desarrollando desde la revista musical y desde Hollywood. Este formato ha ido perfeccionándose durante todo el siglo XX y hoy constituye un bloque cerrado que ha conseguido imponerse a nivel global.

Y lo que muestra hasta que punto es una hegemonía impuesta, es esa homogeneidad de formato, de estéticas escenográficas, de vestuario y aspecto de los presentadores, que se da para difusores y receptores del mensaje, de culturas, lenguas y visiones del mundo diferentes.

Conclusiones

¿Son o no entonces los formatos comunicacionales que nos bombardean constantemente, una herramienta más de la dominación?

Creemos que sí, y que es una labor fundamental desentrañar estos mecanismos de control, para ser capaces de generar los sistemas propios para liberarnos. Vernos y comunicarnos con nuestros propios

ojos y nuestros propios valores, y nuestra propia visión del mundo.

Como las capas de la cebolla, vamos descubriendo que la batalla por llegar a ser nosotros mismos tiene varios niveles de complejidad, y que solo podremos darla si logramos tener en cuenta y combatir en todos los frentes.

BIBLIOGRAFÍA

Estudio de la Historia, compendio, Arnold Toynbee, Alianza Editorial, Madrid, 1970
"Apuntes sobre el poder", Miguel Guaglianone, Red Voltaire,
http://www.voltairenet.org/article130304.html#article130304
Ver: Las Formas Ocultas de la Propaganda, Vance Packard, Hermes, México, 1998
Los modos de la Alienación, Miguel Guaglianone,
http://www.voltairenet.org/article156625.html#article156625
El medio es el masaje, Marshall Mc Luhan y Quentin Fiore, Editorial Paidós, Madrid, 1988
Documental "Zeigeist", Tercera Parte, Google Vídeo,
http://video.google.com/videoplay?docid=8883910961351786332
Utilizamos como base para el análisis, actualizándolo y determinando los "contenidos ocultos" del formato, el análisis semiótico del libro "El objeto Cultural y sus Sentidos", capítulo "Apuntes para una análisis del teleinformativo", de Roco Mangieri, ULA, 1998
Parafraseando a "Vernos con nuestros propios ojos", Aram Aharonian, Fondo Editorial Question, Caracas, 2007